

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

หนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยอย่างมหาศาลในแต่ละปีคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากสถิติการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2553 พบว่านักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ของปี 2553 (เมษายน-มิถุนายน 2553) มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนทั้งสิ้น 2,899,778 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยถึง 3,752.73 บาทต่อคนต่อวัน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 93,368.22 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์) อีกทั้งยังมีนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งคาดว่าในปี 2554 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยประมาณ 16.33 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศคิดเป็นมูลค่าประมาณ 555,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553)

ธุรกิจที่พักหรือธุรกิจโรงแรม ถือเป็นธุรกิจหนึ่งซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันการให้บริการด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยวก็มีการพัฒนาขึ้นหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายครบครันทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีธุรกิจที่พักโรงแรม ซึ่งรวมถึง ที่พักประเภท เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ บังกะโล และรีสอร์ท รวมกว่า 418 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ถึง 1.7 – 2.1 ล้านคน ในแต่ละปี (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์)

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในขณะนี้ไม่สู้ดีนัก ในภาพรวมของตลาด เจ้าของทุนมีความต้องการขายกิจการทิ้งเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเหตุผลสำคัญเกิดจากกระแสการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจโรงแรมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดภาวะสั้นเกินความต้องการของตลาดที่แท้จริง (Oversupply) โดยขณะนี้จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นถึง 32,000 ห้อง นอกจากนี้ยังมีห้องพักที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องอีก ประมาณ 10,000 ห้อง ซึ่งรวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนห้องพักสูงถึง 42,000 ห้อง ซึ่งเป็นห้องพักประเภทโรงแรมทุก

ระดับ อีกทั้งยังมีในส่วนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้นมาก โรงแรมหลายแห่งไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนได้ ขณะที่ภาวะทางการเมืองในประเทศ ได้ตอกย้ำให้ภาคการท่องเที่ยวอยู่ในภาวะขำแย่ นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง เป็นวงจรที่ซ้ำเติมธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2553: ออนไลน์) นอกจากนี้ จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของ โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้โรงแรมต่างๆ มีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับปรุง รูปแบบของการบริการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรมมากยิ่งขึ้น เช่น มีระบบการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย มีการให้บริการนวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า สปา ในโรงแรม เป็นต้น ในขณะที่โรงแรมบางแห่ง อย่างโรงแรมบีทู มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็นตัวนำ หรือ โรงแรมโรงแรมเอ็มเพรส เชียงใหม่ ได้ปรับกลยุทธ์ เป็นโรงแรมสำหรับการจัดประชุมสัมมนา จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการแข่งขันของธุรกิจที่พัก โดยเฉพาะ กลุ่มโรงแรมมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องพัก และการปรับ กลยุทธ์ทางการตลาด ดังนั้น เจ้าของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่จึงจำเป็นต้องมีการ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านคุณภาพการให้บริการ เพื่อรักษานักลูกค้า เดิม และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ (สมิทธิ์ รัตนรงค์ไพโรจน์, 2554: สัมภาษณ์)

โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโรงแรมล้านนาบูติกระดับสามดาว มีจำนวน ห้องพักทั้งหมด 76 ห้อง ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 ในย่านถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง เชียงใหม่ โรงแรมเรือนระมิงค์ได้ให้บริการห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา บริการด้านอาหารและ เครื่องดื่ม บริการนำเที่ยว และสปา โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของ โรงแรมเรือนระมิงค์ เป็นลูกค้า ชาวต่างชาติ และส่วนใหญ่เป็นชาวชาติตะวันตก โรงแรมเรือนระมิงค์จัดเป็นอีก โรงแรมซึ่งได้รับ ผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2551 โดยจากสถิติการเข้าพักของลูกค้าจากเดิมในปี 2550 ซึ่งมีอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ย 72 ห้องต่อ วัน แต่ในปี 2553 ที่ผ่านมากลับลดลงเหลือเพียง 61 ห้องต่อวัน หรือลดลงประมาณ ร้อยละ 15.3 เมื่อ เทียบกับปี 2550 และลูกค้าที่หายไปส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ของลูกค้าทั้งหมด (รายงานประจำปี โรงแรมเรือนระมิงค์, 2554)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่รวมถึงปัญหา และข้อเสนอแนะ จากการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน แก้ไขปัญหา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และพัฒนาศักยภาพในการ แข่งขันของธุรกิจต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่

**ลูกค้า** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการเข้าพักค้างคืนใน โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ อย่างน้อย 1 คืน

**ส่วนประสมทางการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**โรงแรมเรือนระมิงค์ จังหวัดเชียงใหม่** หมายถึง โรงแรมล้านนาบูติก ที่ดำเนินธุรกิจให้บริการห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม บริการนำเที่ยว และสปา ตั้งอยู่ เลขที่ 17-19 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100 เริ่มเปิดดำเนินตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบัน และมีจำนวนห้องพักทั้งหมด 76 ห้อง แบ่งเป็นประเภท ได้แก่ Royal Suite จำนวน 2 ห้อง Junior Suite จำนวน 2 ห้อง Deluxe Room จำนวน 54 ห้อง และ Superior Room จำนวน 18 ห้อง